Gracco Gracci

Et si j'assurais en public !

Prise de parole mode d'emploi

Sous la direction de Stéphanie Brouard
et Fabrice Daverio

© Groupe Eyrolles, 2012
ISBN : 978-2-212-55413-7

EYROLLES

Êtes-vous de ceux qui…

Les journées n'ont que 24 heures, et, dans la vraie vie, vous, Madame ou Monsieur, êtes peut-être de ceux qui n'ont pas de temps à perdre, de ceux qui, entre leurs obligations professionnelles et leurs projets privés, sont déjà très occupés. Donc, votre objectif n'est pas de perdre du temps mais d'en gagner. Et préparer votre prochaine prise de parole, qui vous enquiquine déjà suffisamment comme ça, n'est pas vraiment votre priorité. Résultat : vous ne vous préparez pas.

D'autant plus que vous êtes peut-être de ceux qui sont convaincus que la préparation ne sert à rien, puisque dans le domaine de la prise de parole, comme dans bien d'autres, il y a des gens qui sont faits pour et d'autres pas. Oui, vous pensez peut-être qu'il y a des gens qui ont un charisme inné et d'autres pas, des gens talentueux et d'autres pas, des gens qui se sentent à l'aise et d'autres pas. D'ailleurs, si vous n'avez pas déjà toutes les réponses en tête, peut-être vous demandez-vous ce que cela signifie que d'être fait pour la prise de parole, que d'avoir du charisme, du talent, de se sentir à l'aise ?

Peut-être êtes-vous même de ceux qui, n'étant pas très sûrs d'eux-mêmes, rêveraient d'avoir confiance en eux. Comme Madame Untel ou Monsieur Machin qui ne manquent pas d'aplomb et ont l'air si sereins en public. Alors que, franchement, un petit régime ne leur

© Groupe Eyrolles

ferait pas de mal. Sans compter qu'ils sont sapés comme des as de pique ! C'est dingue, malgré leur embonpoint, leurs fringues mal coupées, ils se permettent de ces trucs… Alors que vous, à leur place, vous n'oseriez pas avoir le quart de leur toupet. D'accord pour être confiant, mais un peu de décence tout de même, non ? On ne peut quand même pas tout se permettre… Peut-être êtes-vous de ceux qui se posent ces questions… Ou pas !

Peut-être êtes-vous de ceux qui s'efforcent de ne pas trop se préparer car ils ne jurent que par l'improvisation. Ils improvisent un maximum pour la simple et bonne raison qu'ils souhaitent rester eux-mêmes, afin de ne pas perdre de leur spontanéité, de leur naturel. Voilà, le mot est lâché : « naturel. » Être ou ne pas être naturel, telle est la vraie question pour vous. Car, pour rien au monde vous ne souhaitez ressembler à certains de vos collègues qui, une fois sortis de leur formation à la prise de parole, essayent d'appliquer, de plaquer « ce qu'il faut faire », « ce que l'on se doit de faire ». Les pauvres, s'ils se voyaient, ils sont antinaturels au possible ! Ils ressemblent à des robots tant ce qu'ils font est mécanique, artificiel. De plus, dans leurs interventions, non seulement il n'y a aucune émotion qui passe, mais ce qu'ils racontent sonne terriblement faux. Contrairement à Madame Grégoire, tenez ! Voilà une femme qui n'a jamais eu de sa vie de formation à la prise de parole, qui ne s'est jamais adressée à un public, mais qui, pour le départ à la retraite de son boss, s'est fait violence et, pour la première fois de son existence, s'est adressée à toute l'entreprise… Eh bien, même si elle en était malade, même si elle a fait trembler la feuille qu'elle lisait pendant toute la durée de son discours, même si elle était morte de trac – elle vous l'a confessé elle-même –, elle vous a ému aux larmes.

© Groupe Eyrolles

Cela dit, vous êtes peut-être de ceux qui, au moins une fois dans leur vie, parce que l'enjeu de leur prise de parole était extrêmement important, ont pris le temps de se préparer un minimum. Et alors vous avez peut-être senti que, pour une fois, connaissant votre sujet et sachant ce que vous alliez dire, vous aviez un peu moins le trac. Parce que le trac, mon Dieu ce fichu trac, si au moins vous saviez comment vous en débarrasser… Au cours de vos prises de parole, vous ne supportez pas d'avoir les jambes, voire les fesses, qui tremblent. Vous ne supportez pas d'avoir les mains moites, la gorge sèche. Mais c'est plus fort que vous, dès que vous êtes face à un public, vous ne savez plus où vous mettre tellement votre corps se met à agir bizarrement. Vous avez chaud, votre voix chevrote, l'air vous manque. Du coup, vous vous demandez ce que les gens qui vous écoutent peuvent bien penser de vous, surtout si vous commencez à rougir ! Du coup, vous oubliez la moitié de ce que vous vouliez dire. Du coup, rien ne se passe comme prévu, c'est l'horreur… Et cela finit par conforter votre analyse : rien ne sert de vous préparer puisque, de toute façon, vous serez nul, comme d'habitude.

Parvenu à cette conclusion, vous n'êtes pas satisfait pour autant, parce qu'à la prochaine réunion, à la prochaine convention, au prochain séminaire, au prochain entretien ou au prochain mariage, celui de votre meilleur ami, il va falloir vous y « coller », il va falloir que vous preniez la parole, quoi qu'il arrive. Et vous êtes peut-être de ceux qui, avant la terrible échéance, au lieu de se préparer, se prennent passablement la tête, perdent pas mal de temps à se triturer les méninges avec des questions sur le talent, le charisme, la confiance en soi, la capacité à être à l'aise, la capacité à plaire, à satisfaire tout le monde, la spontanéité, le naturel… Autant de questions qui, excusez la brutalité de

© Groupe Eyrolles

l'affirmation, ne font avancer la prise de parole en rien et n'ont aucun intérêt pratique de surcroît.

Maintenant, vous êtes peut-être de ceux qui se disent qu'ils sont tellement bons qu'ils n'ont pas besoin de se préparer. Alors, vous êtes persuadé que vous arriverez toujours à broder puisque vous connaissez votre sujet sur le bout des doigts. En outre, vous adresser à Pierre, Paul ou Jacques vous est totalement indifférent. L'important c'est vous, votre message, peu importe qui vous écoute. Qui que vous ayez en face de vous, vous assurerez de toute façon.

Ou alors, vous êtes de ceux qui, perfectionnistes dans l'âme, se préparent à fond, ne laissent rien au hasard, prévoient tout dans leur tête et dans le moindre détail. Si vous êtes de ceux-là, vous bossez le fond de votre message – puisque c'est lui qui prime sur la forme – vous rédigez avec la plus grande minutie, pesant l'importance, voire le pour et le contre, de chaque mot, et vous apprenez le tout par cœur. Eh oui, l'excellence a un prix, on se donne les moyens de l'atteindre ou pas. C'est super, votre sujet vous passionne et vous avez plein de choses très intéressantes à dire. Bon, il est vrai que, souvent, on vous donne une contrainte de temps et que, dans ces cas-là, vous n'êtes pas sûr d'arriver à tout dire au cours des dix ou quinze petites minutes qui vous sont imparties. Qu'à cela ne tienne, pas question de sacrifier quoi que ce soit, tout ce que vous avez préparé est essentiel, vous parlerez plus vite qu'à l'accoutumée. Et puis votre sujet est tellement passionnant que tout le monde sera pendu à vos lèvres. Certes, les journées n'ont que 24 heures et, par manque de temps, il arrive que vous ne puissiez ni préparer votre prise de parole à la perfection, ni tout anticiper, ni tout mémoriser. Que faites-

© Groupe Eyrolles

vous dans ces cas-là ? Ni une ni deux, vous transcrivez tout votre discours, toute votre présentation sur des *slides*. Ouf ! Même plus besoin de vous soucier des trous de mémoire, vous aurez vos *slides* sous les yeux… Elles vous serviront d'antisèches !

Vu et entendu

Mon chef a pris la parole. Comme d'habitude, il n'avait rien préparé, mais qu'est-ce qu'il a été bon !
Ah oui ? Et qu'est-ce qu'il a dit ?
Euh… J'me souviens plus !

© Groupe Eyrolles

Les clés pour changer

Mettons que vous décidiez de préparer votre prise de parole parce que vous vous dites qu'après tout, c'est une étape importante. Tout d'abord, je vous invite à considérer trois points fondamentaux qui optimiseront votre préparation.

TROIS POINTS FONDAMENTAUX

Oubliez-vous !

En amont de votre intervention, pendant la phase de préparation, ayez tout de suite en tête la lapalissade suivante – au besoin, marquez-la en gros et en rouge sur une feuille que vous aurez sous les yeux en permanence : « Ma présentation, je la ferai pour les autres, pas pour moi. » Puis, en prenant appui sur cette lapalissade, oubliez-vous, oubliez-vous, oubliez-vous ! Autrement dit, dans la phase préparatoire, et durant votre prise de parole, pensez avant tout à votre auditoire. Vous n'êtes pas la priorité. Votre confort n'est pas la priorité. Votre ressenti, ce que vous pensez de vous-même n'est pas la priorité. Votre manque ou pas de confiance n'est pas la priorité. Votre volonté de montrer à quel point vous êtes bon ou pas, beau ou pas, brillant ou pas, intelligent ou pas, n'est pas la priorité. Votre priorité, votre préoccupation numéro un, ce sont les personnes qui vont vous écouter.

Vous construisez, et vous ferez votre prise de parole pour les autres, pas pour vous, pour la simple et bonne raison que ce que vous allez préparer, ce que vous direz, vous le connaîtrez.

© Groupe Eyrolles

Donc, de toute évidence, vous le destinez aux autres, pas à vous. Estimez que vous allez concevoir un message et en faire don à votre auditoire. Estimez qu'il est indispensable que vous vous mettiez en quatre pour le préparer au mieux, afin que votre auditoire le reçoive au mieux.

À noter

Ce n'est pas un hasard si ma grand-mère disait : « En amour comme en prise de parole, c'est l'autre qui passe avant tout. En amour comme en prise de parole, atteindre l'excellence revient à faire don de soi. »

Soyez persuadé que si vous préparez votre prise de parole en pensant aux autres et pas à vous, si vous travaillez dans un esprit de service, dans le sens : « Je suis au service des personnes qui vont m'écouter et je vais à leur rencontre », alors, le jour « J », votre public le sentira très vite et vous en sera reconnaissant. Prenons l'exemple d'un chef d'entreprise qui prépare son intervention et précisons, par ailleurs, qu'il se sent très à l'aise derrière un pupitre car il a l'habitude d'y faire ses interventions. Si l'objectif de sa prise de parole est de convaincre ses collaborateurs que, dorénavant, il descendra de sa tour d'ivoire et qu'il s'efforcera d'être proche d'eux, il est primordial qu'il se pose la question du pupitre en amont de son intervention : « Pour mon public, et en fonction de l'objectif de mon message, vaut-il mieux que je sois derrière le pupitre ou en avant-scène ? » Réponse : « Oubliez votre pupitre. Vous vous adresserez à vos troupes depuis l'avant-scène. Que vous soyez à l'aise ou pas avec cela est secondaire, la question n'a même pas lieu d'être. Si vous voulez être cohérent avec vous-même et avec

© Groupe Eyrolles

votre message, vous vous devez de vous oublier, d'oublier vos habitudes, d'oublier votre confort, et de vous mettre à nu devant vos collaborateurs. »

Faites comme bon vous semble !

J'attire votre attention sur le fait qu'en prise de parole, il n'y a pas des choses à faire et des choses à ne pas faire. Oubliez les « il faut » et les « on doit ». Il n'y a pas à rester assis ou pas, à se déplacer ou pas, à mettre la main dans la poche ou pas, à croiser les bras ou pas, à parler vite ou pas… Faites ce que vous voulez, dans la mesure où vous ne « subissez » pas, où vous n'agissez pas contre votre gré. Faites ce que vous voulez, dans la mesure où vous « maîtrisez » et ce, en fonction de votre auditoire, de votre objectif et de la circonstance dans laquelle vous vous exprimez.

C'est pendant la phase préparatoire que vous décidez de ce que vous allez dire et faire, et comment vous allez le dire et le faire. Par exemple : vous décidez qu'au début de votre prise de parole, vous vous mettrez le doigt dans le nez parce que vous serez face à des élèves de maternelle et que votre objectif est de les convaincre de se laver les mains avant de déjeuner. Pourquoi pas ! Surtout si vous pensez que ce geste va vous permettre d'amuser votre jeune auditoire, de détendre l'atmosphère et de stimuler leur écoute. Maintenant, si vous vous adressez à un public d'industriels préoccupés par la hausse des prix des matières premières et que vous vous mettez le doigt dans le nez, non parce que vous l'avez prévu, non parce que vous maîtrisez ce geste, mais parce qu'il vous échappe sans même que vous vous en rendiez compte, pas de doute que ce comportement malencontreux, subi, parasitera votre message.

© Groupe Eyrolles

Bon à savoir

Dans la mesure où, par rapport à ce que vous direz et ferez pendant votre intervention, vous aurez autant de ressentis que de personnes qui vous verront et vous écouteront, il est impossible que vous prépariez l'intervention idéale. Vous aurez toujours des personnes à qui votre intervention plaira beaucoup et d'autres à qui elle plaira un peu moins, voire pas du tout. Donc, autant décider vous-même de ce que vous voulez faire en fonction de votre auditoire, de votre objectif et de la circonstance.

Vous ne pouvez pas préparer l'intervention idéale qui fera l'unanimité, parce que vous ne pouvez pas dicter et contrôler le ressenti d'autrui. Mais vous pouvez préparer l'intervention qui vous semble la plus pertinente, la plus adaptée.

Conseil de l'expert

Préparez ce qui vous semble le mieux en fonction de votre auditoire, de votre objectif et de la circonstance, puis appliquez les dires, faits et gestes que vous aurez préalablement déterminés et répétés.

Développez votre palette d'expressions !

Tout est ressource. Vous parlez vite, super, tout le monde n'en est pas capable. Vous parlez lentement, parfait, dans bien des circonstances, c'est plus que nécessaire. La question n'est pas de changer vos façons de faire, d'oublier ce que vous savez faire, mais de développer votre palette d'expressions. Et ce, *primo*, pour varier les plaisirs, pour donner du rythme à votre prise de parole. Une personne qui parle vite, tout le temps, a tendance à fatiguer son auditoire ; une personne qui parle lentement, tout le temps, a tendance à l'endormir.

© Groupe Eyrolles

À noter

Ma grand-mère disait : « Ce qui crée la monotonie, en amour comme en prise de parole, c'est le systématisme, le "toujours de la même chose" ! »

Secundo, il est utile de développer votre palette d'expressions pour pouvoir adapter votre prise de parole aux circonstances et aux personnes qui vous écoutent. Par exemple : vous préparez une intervention afin d'accueillir chaleureusement de nouveaux collaborateurs. Si vous vous entraînez à être souriant, à adopter une gestuelle ouverte, à parler avec un volume de voix fort et soutenu, vous avez de fortes chances, le jour « J », de remplir votre mission. En revanche, si vous préparez une intervention afin d'annoncer une perte de bénéfices de 50 % aux représentants sexagénaires du fonds d'investissement américain qui détient le capital de votre entreprise, à votre place, j'éviterais de m'entraîner à avoir la banane, de trop faire de moulinets dans tous les sens avec les mains et de trop hausser le ton. À moins, bien sûr, que, anticipant leur décision, votre objectif ne soit de les envoyer balader et de rompre définitivement les relations avec eux, avant qu'ils ne le fassent eux-mêmes !

Bien entendu, vous ne développerez pas votre palette d'expressions du jour au lendemain. Cela vous demandera du travail. Plus précisément, cela nécessitera, dans une première phase, l'avant, de préparer et de répéter vos interventions « au mieux » ; dans une deuxième phase, le pendant, d'agir au « mieux » ; et dans une troisième phase, l'après, d'en tirer les enseignements « au mieux ». C'est grâce à la répétition de ce cycle – un, je me prépare « au mieux » ; deux, je fais « au mieux » ; trois, je débriefe « au mieux » – que vous progresserez.

© Groupe Eyrolles

Vous l'aurez compris, l'objet de ce livre est de détailler et d'expliciter les vertus de chacune de ces trois phases, et de préciser ce que j'entends par « se préparer, faire et débriefer au mieux ».

STRUCTURER LE CONTENU DU MESSAGE

À présent que vous avez ces trois points fondamentaux en tête, commencez votre préparation. Comme ce qui prime dans une intervention, c'est le fond, vous allez tout d'abord préparer et structurer le contenu de votre message.

Conseil de l'expert

Si vous n'avez rien à dire, essayez de rester à la maison. Au-delà de la boutade, avant de prendre la parole, posez-vous la question du message que vous voulez faire passer. Trop de gens parlent pour ne rien dire…

Pour ce faire, vous allez commencer par répondre à deux questions primordiales : à qui est-ce que je m'adresse ? Pourquoi, dans quel but je m'adresse à eux ? Vous allez déterminer ainsi l'objectif de votre intervention et votre angle d'attaque.

Quel est mon objectif ?

Prenez le plus grand soin à déterminer votre objectif. Cette notion est tellement évidente que nous avons tendance à la délaisser dans l'implicite. Or, il est fondamental que vous rendiez explicite votre objectif : votre auditoire doit comprendre très vite pourquoi, dans quel but vous êtes là à lui parler, et pourquoi ils sont là à vous écouter. Attention à bien définir l'objectif réel de

© Groupe Eyrolles

votre intervention, qui se cache souvent derrière le ou les moyens de l'atteindre. En effet, méfiez-vous, l'objectif réel n'apparaît pas toujours de prime abord. Posez-vous la question suivante plutôt trois fois qu'une : « Est-ce bien là mon objectif, ou n'est-ce qu'un moyen pour y parvenir ? » Prenons quelques exemples : l'objectif de votre intervention est-il de présenter les chiffres du dernier semestre à vos commerciaux, ou n'est-ce là qu'un moyen de les convaincre de passer 20 % de plus de leur temps de travail chez les clients ? L'objectif de votre intervention est-il de vanter les avantages du dernier-né des outils de travail élaboré par votre département à des collègues d'un autre département, ou de les convaincre d'utiliser cet outil afin d'améliorer le service qu'ils rendent à l'entreprise ? L'objectif de votre intervention est-il de souligner les attraits de l'île de la Réunion, ou de convaincre votre boss d'organiser le prochain séminaire là-bas ?

Quel est mon angle d'attaque ?

Parallèlement à l'objectif, posez-vous la question de l'angle de vue choisi pour votre intervention. Pour le déterminer, voici quelques questions : quel intérêt mon auditoire a-t-il à m'écouter ? En quoi ce que je raconte va-t-il l'intéresser, le concerner, l'interpeller ? Si mon public est composé d'individus qui, dans l'absolu, n'ont pas les mêmes attentes ni le même profil, sur quel élément fédérateur puis-je bâtir mon angle d'attaque ?

Par exemple : votre objectif est de convaincre les membres de votre auditoire de ne plus utiliser leur voiture personnelle pour se rendre à leur lieu de travail. Vous mettrez en avant tout ce qui vous semble aller dans le sens de leur intérêt. Ainsi, si votre auditoire est composé de chefs d'entreprise, vous allez aborder le sujet, par exemple, sous l'angle de leur rôle de dirigeant d'une entreprise

© Groupe Eyrolles

citoyenne qui s'engage concrètement dans le développement durable, sous l'angle de la valeur d'exemple qu'ils donneront à tous leurs salariés et des avantages qu'ils tireront de cette mesure en termes d'image. Si votre auditoire est composé de jeunes salariés, vous allez aborder le sujet, par exemple, sous l'angle des économies en temps et en argent, et de la réduction du stress. Si votre auditoire est composé de chefs d'entreprise et de jeunes salariés, vous allez aborder le sujet, par exemple, sous l'angle de la responsabilité écologique des entreprises vis-à-vis des générations futures.

Quel est mon fil rouge ?

Une fois l'objectif et l'angle trouvés, vous allez structurer votre message en suivant un fil rouge qui doit leur être directement lié ; tout ce que vous allez dire est en rapport direct avec votre objectif et votre angle.

Attention

Tout ce qui vous semble important, mais qui n'a rien à voir avec votre objectif, ne doit pas figurer dans votre présentation.

DÉLIVRER DES FAITS, DES OPINIONS ET DES SENTIMENTS

Afin de rendre votre propos convaincant, n'hésitez pas à donner votre opinion en l'étayant de faits. Surtout si vous-même êtes convaincu par votre message et estimez que, dans la circonstance, il sera pertinent de le dire de façon explicite. Par exemple : votre objectif est de convaincre votre famille d'aller à la mer demain. Vous pourrez bâtir votre argumentation de la façon suivante : « Parce que demain est le seul jour où il fera beau de la semaine – c'est un fait, vous avez pris la peine de vérifier la météo –, parce que

© Groupe Eyrolles

vous savez que les parents de la petite amie de votre fils aîné iront à la mer demain avec leur fille – vous les avez eus au bout du fil –, parce qu'un tournoi de volley sera organisé demain sur la plage – vous avez contacté le syndicat d'initiative – et vos deux filles jumelles pourront ainsi s'adonner à leur activité préférée, parce que, comparativement, aller à la mer demain est la sortie qui grèvera le moins le budget familial – vous avez fait le calcul : aller au cinéma ou au parc d'attraction le plus proche serait plus cher respectivement de 50 % et de 230 % –, vous êtes persuadé qu'aller à la mer demain est une excellente idée… » Et si, en plus, vous dites tout cela avec émotion, vous aurez des chances de convaincre votre auditoire à différents niveaux : au niveau de la raison avec vos arguments, au niveau du jugement avec votre opinion et au niveau du cœur avec vos tripes.

La chair du discours

Si vous trouvez un chiffre, un événement, une histoire drôle en rapport direct avec votre objectif et que vous pensez que cela vous aidera à surprendre, interpeller votre auditoire, à le mettre sous tension, à piquer sa curiosité, à donner le ton de votre intervention, n'hésitez pas. Cela vous servira d'accroche. L'utilisation d'anecdotes, d'analogies, d'images, d'exemples participera à rendre votre message concret et vivant. Enfin, si vous trouvez une chute qui fait écho à l'accroche, ouvre sur autre chose, surprend, donne à réfléchir, incite votre auditoire à l'action, cela vous permettra de conclure en marquant les esprits.

SLIDES… OU PAS *SLIDES*

Si vous décidez d'utiliser des *slides*, souvenez-vous qu'une *slide* est un document conçu pour être vu, non pour être lu. Une *slide*

© Groupe Eyrolles

impacte la rétine de votre auditoire et fait son effet au maximum en quelques secondes. Elle étaye votre propos, met l'accent sur un élément important de votre présentation, synthétise une idée-force. Ne confondez pas « *slides* » et « documents à lire », lesquels seront donnés à vos auditeurs afin qu'ils aient toutes les informations nécessaires. Ne confondez pas « *slides* » et « antisèches » ; vous ne faites pas des *slides* pour vous, mais pour votre auditoire afin qu'il retienne au mieux votre message. Sur une *slide* figurent souvent un graphique, une image, quelques mots, deux à trois phrases grand maximum.

TRAVAILLER LA FORME DU MESSAGE

Une fois votre message structuré, vous allez préparer et répéter la forme, à savoir la façon dont vous allez le transmettre.

D'indispensables répétitions

Bon à savoir

Si vous avez le luxe de pouvoir répéter face à une ou plusieurs personnes bienveillantes, n'hésitez pas, elles vous donneront des retours précieux. Elles vous permettront notamment de valider la clarté de votre objectif. Pour cela, à la fin de votre répétition, posez-leur la question : « Quel est l'objectif de mon intervention ? » Si votre objectif est clair, vos auditeurs vous le restitueront tel que vous l'avez vous-même écrit.

Tout comme une troupe de comédiens qui répètent leur spectacle avant de le jouer en public, il est important que vous répétiez votre message, que vous l'incarniez déjà, avant même de le délivrer à vos auditeurs. Ainsi vos intentions ne resteront pas uniquement au niveau intellectuel. Il ne suffit pas de penser,

© Groupe Eyrolles

par exemple, à un geste, à un déplacement ou à un silence pour être capable de le réaliser. Vous devez mettre en pratique : faire, tester, refaire et refaire encore.

À noter

Un retour est bienveillant lorsque la personne qui vous le donne commence par vous fournir des faits puis, dans un second temps seulement, vous délivre son ressenti. Exemple de retour stérile : « J'ai trouvé ta présentation super. » Exemple de retour bienveillant : « Parce que ton objectif est clair – tu veux convaincre ton auditoire de louer un chalet à Serre Chevalier du 3 au 10 février prochains –, parce que je me suis senti concerné par tes paroles et j'y ai vu mon intérêt, parce que tu nous as donné ton opinion avec conviction, et que tu l'as étayée avec des faits pertinents et marquants, je trouve ta présentation super. »

Veiller à son image visuelle et sonore

En fonction de votre auditoire, de votre objectif et de la circonstance dans laquelle vous vous exprimerez, vous allez décider de la forme, du comment vous allez transmettre votre message. Plus précisément, vous allez travailler votre image visuelle et votre image sonore.

Commençons par votre image visuelle. Elle est déterminée par votre ancrage au sol, votre gestuelle, votre visage et votre regard.

L'ancrage : est-ce que je décide de rester ancré au sol tout au long de ma présentation ou est-ce que, en fonction de mon auditoire, de mon objectif et de la circonstance, il est préférable que je me déplace ? Si je pense qu'il est bon de me déplacer, que cela peut faire sens, à quel moment vais-je le faire et vers où ? Si je décide de rester assis, comment vais-je m'asseoir sur la chaise ?

© Groupe Eyrolles

Vais-je garder les deux pieds au sol, jambes parallèles ? Vais-je croiser les jambes et toucher le sol uniquement avec la pointe d'un pied ? Vais-je poser mes fesses à l'arrière de la chaise, ou plutôt à l'avant ? Vais-je tenir mon buste en arrière, ou plutôt l'incliner vers le devant ?

La gestuelle : quel type de gestuelle vais-je adopter ? Ai-je intérêt à la jouer « profil bas » et à laisser mes bras le long du corps ou, étant donné mon objectif, à montrer du dynamisme et de l'enthousiasme ?

Le visage : ai-je intérêt, ou cela fait-il sens, que je sois souriant, ou pas ?

Le regard : si, durant votre prise de parole, vous vous adressez à une seule personne, vous sentirez si elle est gênée par votre regard ou pas. Si votre regard ne la gêne pas, vous avez intérêt à le soutenir tout au long de votre présentation. Si vous êtes face à un groupe, de deux à trente personnes, sachez que chaque fois que vous regarderez le plafond, le sol ou sur les côtés, leur attention faiblira. Donc, un conseil : regardez-les.

Conseil de l'expert

Si vous êtes face à un grand groupe, regardez plutôt le fond de la salle, balayez le dernier rang du regard. Vous donnerez ainsi l'impression à tout le groupe de l'englober du regard.

Il n'y a pas une seule façon de faire, il y a autant de façons de faire que de messages à transmettre. C'est à vous de décider. Cela étant, sachez que si vous ne maîtrisez pas votre image visuelle, vous risquez de parasiter votre message. Voici une liste non

© Groupe Eyrolles

exhaustive d'éléments qui, lorsqu'ils sont subis, non maîtrisés, sont susceptibles d'affaiblir votre message, c'est-à-dire de distraire votre auditoire, qui va focaliser son attention sur ces éléments-là et ne va plus vous écouter :

- Au niveau de l'ANCRAGE : vous occupez l'espace et, sans vous en rendre compte, vous piétinez, vous faites des petits pas en avant, en arrière, sur les côtés, vous posez tout le poids de votre corps sur votre jambe gauche puis sur votre jambe droite, vous vous dandinez, vous remuez un genou, vous oscillez votre bassin, vous le bougez en avant et en arrière…
- Au niveau de la GESTUELLE : ne sachant que faire de vos mains, vous les mettez dans vos poches et commencez à tripoter les pièces de monnaie qui s'y trouvent, ou vous les placez derrière le dos, puis le long du corps, ou encore vous les croisez devant vous dans la position du nudiste ou du footballeur, puis vous croisez les bras, ensuite vous commencez à vous triturer les mains… Ou, dans la série des AUTO-CONTACTS : vous joignez vos mains une fois, deux fois, quinze fois, vous jouez avec votre alliance, vous vous caressez le lobe de l'oreille, vous vous grattez le nez, vous vous passez la main dans les cheveux, vous flattez le revers de votre veste, vous resserrez le nœud de votre cravate à tout bout de champ…
- Au niveau du VISAGE : vous ne souriez pas, ou vous souriez alors que, dans la circonstance, cela ne s'y prête pas. De même, votre visage est fermé ou pas, exprime de la convivialité ou pas, alors que, dans la circonstance, cela ne convient pas.
- Au niveau du REGARD : votre regard décroche vers le plafond ou le sol. Il se perd dans le vague, par la fenêtre, il est fuyant. Vous balayez machinalement du regard les personnes qui vous écoutent sans vraiment les regarder…

© Groupe Eyrolles

Exercice sur le regard

« LE MIROIR »

Attention au regard mécanique. Regardez vraiment les personnes qui vous écoutent. Afin de tester si votre regard est mécanique ou pas, si votre regard est un vrai regard, faites le jeu suivant : racontez ce qui vous passe par la tête à un groupe de six personnes assises. Pendant que vous leur parlez, debout ou assis, proposez-leur une gestuelle qui n'a rien à voir avec ce que vous dites (par exemple : levez un bras, puis fermez le poing, desserrez le poing, montez le second bras, etc.) et demandez-leur de la reproduire en miroir (quand vous lèverez votre bras gauche, elles lèveront leur bras droit, quand vous ouvrirez votre poing gauche, elles ouvriront leur poing droit, etc.).

Dans cet exercice, pendant votre prise de parole, votre objectif numéro un est de vous assurer que les six personnes reproduisent simultanément votre gestuelle en miroir. Si d'aventure, tout en parlant, vous voyez que l'une d'elles ne le fait pas correctement, alors arrêtez-vous de parler, jetez-lui un regard bienveillant pour lui signifier qu'elle ne reproduit pas votre gestuelle en miroir. Lorsqu'elle rectifie le tir, remettez-vous à parler. Le but du jeu est que les personnes qui vous écoutent, de temps en temps, fassent exprès de ne pas reproduire votre gestuelle en miroir. Si vous les regardez vraiment, vous vous en apercevrez. Si vous êtes absorbé par votre discours, vous ne le verrez pas.

Voyons à présent votre image sonore. Elle est déterminée par le rythme de votre parole, votre articulation, votre volume de voix, vos intonations, vos silences. En fonction de votre auditoire, de votre objectif et de la circonstance, décidez-vous d'utiliser le même rythme ? le même ton ? le même volume tout au long de votre prise

© Groupe Eyrolles

de parole ? Ou, au contraire, décidez-vous de varier les rythmes, en accélérant ou en ralentissant votre débit de parole, selon les passages ? De hausser ou baisser le volume de votre voix ? De répéter certains mots, d'en valoriser d'autres ? De prévoir des silences ?

Comme pour l'image visuelle, il n'y a pas une seule façon de faire, mais autant que de messages à transmettre. Encore une fois, c'est à vous de décider. Et, de même que pour l'image visuelle, si vous ne maîtrisez pas votre image sonore, vous risquez de parasiter votre message. Voici une liste non exhaustive d'éléments qui, lorsqu'ils sont subis, non maîtrisés, sont susceptibles d'affaiblir votre message : toujours le même rythme, un débit rapide tout le temps ou lent tout le temps ; un ton monotone, monocorde, linéaire ; un volume trop fort tout le temps ou trop bas tout le temps ; des fins de phrases qui chutent systématiquement ; un ronronnement qui s'installe ; pas de silences et, à leur place, des mots étirés en longueur, des « euh… », des « eh bien » ; des mots parasites comme « en effet », « effectivement », « quand même » ; des mots dévalorisants comme « petit », « pas tout à fait » ; des soupirs.

À noter

Si la notion d'« angle » vous intéresse, vous trouverez un complément d'information dans le livre de Chilina Hills *Cultivez votre charisme*[1] au chapitre 9 : « À qui parlez-vous ? » et au chapitre 10, page 104 : « Identifier l'angle d'intérêt ».

Pour des troubles de la parole (bégaiement, etc.), voir le film *Le discours d'un roi*.

1. Chilina Hills, *Cultivez votre charisme*, Éditions d'Organisation, 2005.

© Groupe Eyrolles

À ceux qui se demandent ce qu'ils peuvent bien faire de leurs mains pendant leur prise de parole, je conseille de lire *Le Guide de la communication*[2] de Jean-Claude Martin, page 90 : « Les gestes qui parlent. » Et si vous n'êtes toujours pas convaincu de l'utilité d'une bonne préparation, lisez aussi les pages 280 et suivantes : « Préparer sa réunion » du même ouvrage.

Pour les studieux déterminés à développer et enrichir leur voix, je recommande la lecture de l'ouvrage *Trouver sa voix*[3] de Louis-Jacques Rondeleux.

D'accord/pas d'accord

LES EXTRAVERTIS SONT DE MEILLEURS ORATEURS QUE LES INTROVERTIS

Évidemment ! Les personnalités extraverties auront toujours plus de facilité à s'exprimer en public. Elles aiment être sur scène, se montrer. Cette aisance et ce plaisir d'être là se ressentent, et contribuent au plaisir de les écouter et de les comprendre. Ces personnalités-là puisent leur énergie dans leur relation aux autres. Il leur est donc facile et naturel d'interagir avec l'auditoire, de créer un dialogue, de répondre aux questions.

Moi, je dirais que les personnalités introverties, quant à elles, parce qu'elles savent qu'elles doivent se préparer pour être à l'aise, ont tendance à être plus structurées dans leurs discours. Elles ne courent pas le risque de « trop en faire » et sont parfois de meilleurs porte-parole quand il s'agit de faire preuve d'écoute et de compréhension. Et, bien souvent, elles sont plus modestes !

2. Jean-Claude Martin, *Le Guide de la communication*, Marabout, 1999.
3. Louis-Jacques Rondeleux, *Trouver sa voix*, Seuil, 2004.

© Groupe Eyrolles